

Reinventando a roda da assessoria de imprensa: o uso do ChatGPT em favor da produção de *press releases*¹

Talita Ferreira Prudente Barbosa²

Alfredo José Lopes Costa³

Faculdade de Informação e Comunicação
Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG)

RESUMO

Este resumo expandido aborda a aplicação da inteligência artificial (IA) em assessoria de imprensa, enfocando exemplo prático de sua utilização. O trabalho descreve como o ChatGPT foi instruído a elencar destaques competitivos de uma marca, com o objetivo de promover a ideia da moda *upcycling*, desde a elaboração de um roteiro para realização de entrevista com a CEO da organização até o texto final de um *press release*. A experiência busca explorar como a IA, tema atual do Jornalismo Contemporâneo, pode aumentar a eficácia operacional dos profissionais de Jornalismo e de assessoria de imprensa, levando em conta a ética e a responsabilidade do fazer jornalístico.

PALAVRAS-CHAVE: Inteligência artificial; Assessoria de imprensa; Tecnologias digitais de informação e comunicação; Comunicação estratégica; ChatGPT.

INTRODUÇÃO

Há séculos, sociedades estão em busca de métodos e dispositivos capazes de simular o raciocínio humano, o que tem sido especialmente relevante para avanços recentes em Inteligência Artificial (IA). Mas foi a partir dos anos 1950 que a IA tomou forma e os pesquisadores passaram a explorar sua utilização na comunicação mediada por computador, para que esse tipo de ferramenta solucionasse questões sobre as quais, até então, apenas o cérebro humano seria capaz de raciocinar (Vicari, 2021).

Hoje, os mecanismos de IA estão acessíveis por meio de computadores, tanto no cotidiano das ações pessoais dos cidadãos, como na implementação dessas tecnologias digitais de informação e comunicação (TDICs) nas organizações, incluindo atividades de Jornalismo e assessoria de comunicação. Os brasileiros com acesso à internet, impulsionado também pela massificação do consumo de *smartphones*, já somam mais de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho “Uso da IA como ferramenta estratégica de Campanhas: Planejamento, Criação e Mídia”, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024..

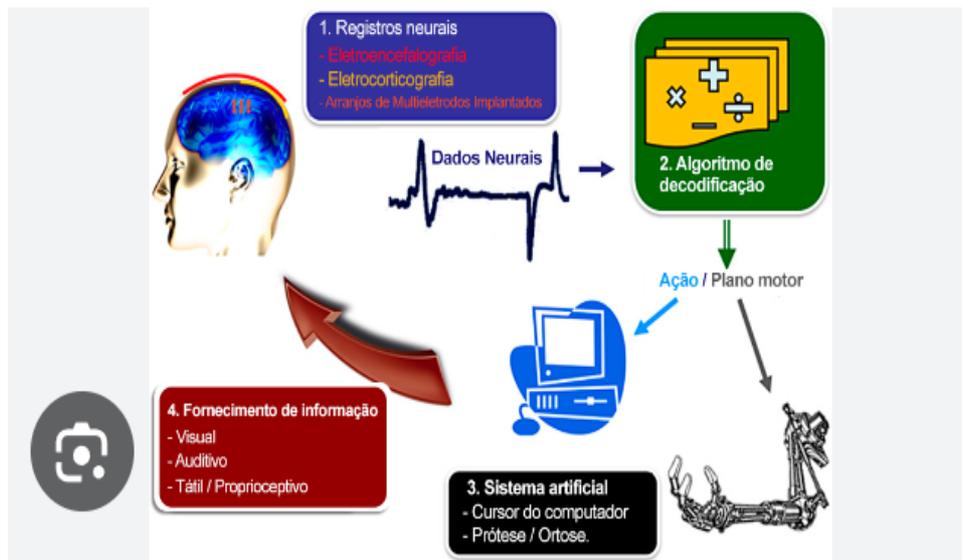
² Estudante do 8º. Período do Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG); *e-mail*: talitaprudente@discente.ufg.br.

³ Orientador do trabalho, professor adjunto de Jornalismo (FIC/UFG), jornalista, doutor em Estudos de Cultura Contemporânea (PPGECCO/UFMT) e membro dos grupos de Pesquisa em Comunicação e Cidade - Interfaces Interdisciplinares (Citicom/UFMT) e em Ciberjornalismo (Ciberbor/UFMS); *e-mail*: alfredo.costa@ufg.br.

50% da população, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2023⁴.

De acordo com Russell e Norvig (2016), a IA pode ser entendida como um campo das ciências da computação ou como um conjunto de práticas de engenharia. O que antes era encarado como ficção científica, no século XXI está se tornando uma realidade. Exemplo disso são os estudos de Nicoletis (2011) sobre cérebro humano em um processo denominado de Interface Cérebro-Máquina, as ICMs, capazes de transformar pensamentos em ações e sensações em percepções, conforme esquema da Figura 1.

Figura 1: componentes de uma interface cérebro-máquina – ICM



Fonte: adaptado de Carmena e Millán (2013).

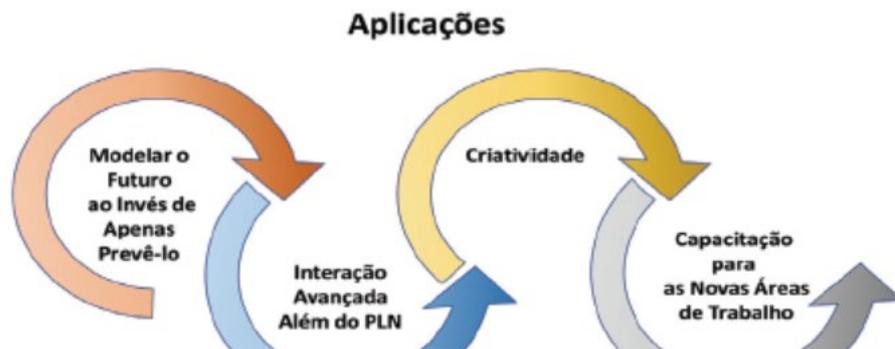
A atualidade e a controvérsia em torno da Inteligência Artificial (IA), especialmente no que se refere aos *chatbots* como o ChatGPT, justificam a necessidade premente de mais pesquisas acadêmicas sobre o tema.

Nessa perspectiva, o presente resumo expandido busca, de forma específica, investigar avanços e desafios da utilização da IA numa assessoria de imprensa, com foco em um estudo prático de uso do ChatGPT, explorando de que forma a IA pode reinventar a assessoria de imprensa, oferecendo uma nova maneira de estruturar e gerenciar informações relacionadas a atividades e circunstâncias do assessorado, em outras

⁴ Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html>>. Acesso em 20 mai. 2023.

palavras, “reinventar a roda” da abordagem tradicional da função. A IA tem sido cada vez mais incorporada nas redações jornalísticas e de assessoria de comunicação, proporcionando novas oportunidades para a produção, distribuição e consumo de conteúdo informativo, dentro das perspectivas ilustradas na Figura 2.

Figura 2: *roadmap* do desenvolvimento de aplicações em Inteligência Artificial, para os próximos cinco anos



Fonte: adaptado de Vicari (2021).

Contextualizado o tema, esclarecemos que o artigo relata atividade acadêmica avaliativa da disciplina optativa “Tópicos em Comunicação: Jornalismo e Inteligência Artificial”, ministrada numa instituição de ensino superior do Centro-Oeste, no período de verão do ano letivo de 2023. Tenta-se, de forma geral, estimular os discentes a pensar sobre esse novo quadro em que as TDICs estão produzindo outras possibilidades no ambiente de ensino e de aprendizagem e levá-los para suas práticas

PRODUZINDO UM *PRESS RELEASE* COM AUXÍLIO DE IA

As ferramentas de IA estão se incorporando às rotinas jornalísticas e de assessoria de imprensa, desempenhando tarefas mais complexas, entre elas a redação automática de textos informativos. A IA é capaz de gerar automaticamente relatórios e artigos simples sobre uma ampla variedade de tópicos

Para entender como essas ferramentas vêm sendo utilizadas, especificamente na produção de *press releases*, uma das mais importantes técnicas da função de assessoria de imprensa, buscamos um exemplo prático, a partir de uma atividade experimental: “qualquer pessoa, mesmo a título individual, pode enviar um suporte destes para a comunicação social. É uma ferramenta altamente eficiente, de baixo custo, difundida em tempo real, de profusão” (Ribeiro, 2014, p.6).

O *press release* é uma das principais ferramentas de uma assessoria de imprensa para divulgar notícias, lançamentos e informações relevantes de uma empresa para a

mídia, entre outras funções, como ponte entre as organizações e os veículos de comunicação.

Neste trabalho apresentamos o desenvolvimento de um *press release* padrão, um texto jornalístico final, para publicação na íntegra, com uso de uma fonte (Ribeiro, 2014, p.6). Trata-se de um *release* com objetivo de promover a ideia da moda *upcycling*⁵ e divulgar uma marca de roupas goiana real, mas que aqui, denominamos, de forma fictícia⁶, “Very Cool”.

A história da “Very Cool” é uma proposta de conjugar moda e consciência ambiental. Mel Rocha encontrou sua inspiração enquanto estudava na faculdade, onde percebeu que o modelo convencional de produção em escala industrial no ramo da moda (*fast fashion*) não ressoava com sua alma criativa. O ato de transformar peças de brechó em obras de arte tornou-se uma alternativa sustentável (*slow fashion*), uma jornada que agora inspira outros a reconsiderar seu relacionamento com roupas e estilos.

Assim, elaboramos experimentalmente um *release* da marca citada com ajuda do ChatGPT⁷. Criado em 2022, o ChatGPT promete muitas grandes soluções e apresenta polêmicas ainda maiores, não só no âmbito do Jornalismo, mas também em inúmeras esferas de produção de conteúdo. Trata-se de um *chatbot* baseado na tecnologia de modelagem de linguagem do *OpenAI*⁸, especificamente da arquitetura GPT (*Generative Pre-trained Transformer*). É projetado para manter conversas naturais e contextualmente relevantes com os usuários, respondendo a uma ampla variedade de perguntas e estímulos de forma coerente e precisa. O ChatGPT utiliza enorme conjunto de dados para treinamento, abrangendo diversas fontes de conteúdos da internet.

Instruímos o ChatGPT a elencar destaques competitivos da marca, com o objetivo de promover a ideia da moda *upcycling*, desde a elaboração de um roteiro para realização de entrevista com a CEO da organização, até o texto final de um *press release*. Como exercício, em ambiente laboratorial, da utilização de Inteligência Artificial na rotina de

⁵ “O *upcycling* se fundamenta no uso de materiais cujas vidas úteis estejam no fim, por obsolescência real ou percebida na forma, função ou materialidade, valendo-se deles para a criação de outros” (Berlim, 2012, n.p.).

⁶ A escolha da empresa ocorreu em função da facilidade de acesso pessoal à sua dona. A utilização de nome fictício visa proteger a privacidade da marca e da CEO, que aqui denominamos como Mel Rocha.

⁷ O ChatGPT (sigla para “*Generative Pre-Trained Transformer*” ou, numa tradução literal, “Transformador Pré-Treinado Generativo”) é um modelo de linguagem baseado em *deep learning* (aprendizagem profunda), um braço da inteligência artificial. Plataforma disponível em: <<https://chat.openai.com/>>. Acesso em 12 abr. 2024.

⁸ OpenAI é uma empresa americana de pesquisa e implantação de IA. Sua missão autodeclarada “é garantir que a inteligência artificial geral beneficie toda a humanidade” (OpenAI, 2024 n.p.). Disponível em: <https://openai.com/about>. Acesso em 12 abr. 2024.

produção de *press releases* em uma assessoria de imprensa, iniciamos a conversa com o ChatGPT com o seguinte *prompt*⁹:

Olá. você vai me ajudar a produzir um *release* para uma marca de moda *upcycling*, ou seja, uma marca que reaproveita roupas usadas e outros materiais para produzir novas coleções incríveis. Para começar, preciso que você me dê sugestões de perguntas para a entrevista que vou produzir com a dona da marca, Mel Rocha, goiana, 25 anos, CEO da “Very Cool”.

Na sequência do “diálogo” com o ChatGPT, foram solicitadas sugestões de perguntas sobre temas relevantes para a empresa. Prontamente, a IA respondeu com as seguintes sugestões de perguntas, separadas por tópicos de abordagens:

- Olá! Vou adorar ajudar você a preparar uma entrevista incrível com Mel Rocha. Aqui estão algumas sugestões de perguntas que podem revelar a essência da marca de moda *upcycling* e a jornada de Mel:
- Introdução e inspiração: Mel, poderia nos contar um pouco sobre sua jornada no mundo da moda e o que a inspirou a criar uma marca de moda *upcycling*?
 - Conceito de *upcycling*: para aqueles conque podem não estar familiarizados, você poderia explicar o que é *upcycling* e como ele se diferencia do reciclagem tradicional no contexto da moda?
 - Origens e materiais: de onde vêm os materiais que você usa nas suas coleções? Como é o processo de seleção desses materiais?
 - Processo criativo: qual é o seu processo criativo ao transformar roupas usadas e outros materiais em novas peças de moda? Existe algum desafio único que você enfrenta durante esse processo?
 - Impacto ambiental/social: como a marca aborda a sustentabilidade e qual impacto você espera no ambiente e na sociedade?
 - Coleções e *design*: você poderia nos contar sobre alguma coleção ou peça que tenha um significado especial para você? Como foi o processo de criação?
 - Recepção do público: como o público tem recebido suas coleções de *upcycling*? Você nota uma mudança na percepção das pessoas em relação à moda sustentável?
 - Futuro da moda *upcycling*: Como você vê o futuro da moda *upcycling* e a posição da sua marca neste cenário?

Após realizarmos revisão humana nas sugestões, fizemos a entrevista com Mel, utilizando as perguntas sugeridas pelo ChatGPT. Antes de enviar as respostas para a IA,

⁹ “[Informática] Texto que passa uma instrução ou contexto a um programa (modelo de linguagem ou de Inteligência Artificial) esperando que uma resposta seja gerada com base na solicitação feita através deste texto, dessas instruções, de modo que o usuário obtenha a resposta para sua solicitação; comando.” Fonte Dicionário online de português. Disponível em: [5](https://www.dicio.com.br/prompt/#:~:text=Significado%20de%20Prompt&text=%5BInform%C3%A1tica%5D%20S%C3%ADmbolo%20ou%20mensagem%20que,prompt%22%2C%20com%20variados%20sentidos.>.” Acesso em 12 abr. 2024.</p></div><div data-bbox=)

explicamos como o aplicativo deveria trabalhar em cima do material registrado. Para essa explicação, utilizamos o seguinte *prompt*:

A partir dessas respostas fornecidas pela Mel, quero que você produza um *press release* sobre a marca, que será enviado para os principais veículos de comunicação de moda do Brasil. Será um *press release* com objetivo de promover a ideia da moda *upcycling* e lembrar da existência da marca de roupas goiana ‘Very Cool’.

Então, o ChatGPT analisou as respostas e em seguida nos respondeu com um *press release* novamente dividido em subtópicos de áreas temáticas sobre a pauta. Como esse tipo de formatação de texto, que não é comum no dia-a-dia jornalístico, solicitamos que a IA regenerasse o texto sem os subtópicos.

Constatamos que a IA demonstrou conhecer as rotinas de Comunicação e forneceu uma estrutura a ser inserida ao final do *release*, para “Contato de Mídia”:
“[Nome do Contato de Mídia] [Título do Contato de Mídia] [Telefone de Contato de Mídia] [E-mail de Contato de Mídia]”.

Com a estrutura textual pré-pronta, chega o momento em que nós, como jornalistas, revisamos o texto da IA e aprimoramos o material. Afinal, é ético que todo conteúdo produzido por uma Inteligência Artificial passe pela revisão de um humano e que isso seja informado aos leitores. Nessa etapa, o assessor de imprensa deve ficar atento para que o texto não fique repetitivo ou muito mecânico. A ideia é corrigir a resposta do ChatGPT com o seu olhar e *know how* de editor jornalístico. Com as adequações realizadas, o texto ficou assim:

Goiânia, Brasil - 11 de Março de 2024 – Sugestão de pauta: “Very Cool”: moda *upcycling* que transforma histórias em estilo sustentável. Em um mundo onde a moda se reinventa constantemente para atender às demandas de nichos do mercado, a marca de moda *upcycling* “Very Cool” emerge como um farol de criatividade e sustentabilidade. Fundada pela empreendedora goiana Melissa Rodrigues, 25 anos, a grife se destaca não apenas por suas peças únicas e deslumbrantes, mas também por sua abordagem, que dá uma nova vida a materiais esquecidos (Obs.: texto elaborado com auxílio de inteligência artificial).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em meio à polemização entre prós e contras, o futuro dirá se o ChatGPT e os *chatbots* assemelhados vieram para fazer parte do cotidiano da escrita acadêmica (Carmo *et al*, 2022), bem como das rotinas jornalísticas e de assessoria de imprensa ou não (Berti, 2023).

O caso estudado constitui exemplo de como a IA pode contribuir para a preparação de atividades repetitiva, desempenhando papel cada vez mais importante nas rotinas jornalísticas e de assessoria de comunicação, oferecendo benefícios significativos em termos de eficiência, personalização e inovação.

No entanto, a partir da experiência ensino-aprendizagem, é crucial que os profissionais de mídia e os desenvolvedores de IA trabalhem juntos para garantir que essas TDICs sejam utilizadas de forma ética, responsável e transparente, promovendo uma cobertura jornalística confiável, inclusiva e de alta qualidade. Com tais possibilidades em ascensão, outras questões vêm gerando preocupação, como a forma como essas ferramentas se utilizam de conteúdos existentes para gerar outros, afetando profissionais e envolvendo questões ético-legais, como os direitos autorais.

REFERÊNCIAS

- BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade**: uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.
- BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. Afinal, o ChatGPT ajudará a evoluir o Jornalismo ou acabará com ele? Pontos, polêmicas, debates, desafios e perspectivas. In: BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **ChatGPT: evolução ou fim do jornalismo?** Teresina: EdUESPI, 2023. Disponível em <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7747701/mod_resource/content/1/BERTI%20ChatGPT.pdf>. Acesso em 20 abr. 2024.
- CARMENA, J. e MILLÁN, J. Brain-machine interfaces: your brain in action. In: **Front. Young Minds**. 1:7 2013. Disponível em: <10.3389/frym.2013.00007>. Acesso em 12 abr. 2024.
- CARMO, Carlos Roberto S.; CARMO, Renata de O. S.; MELO, Guilherme D. de. A inteligência artificial e os desafios na avaliação da escrita acadêmica. In: **Cadernos da Fucamp**, v.21, n.53, p.130-154 /2022. Disponível em <<https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2919>>. Acesso em 20 abr. 2024.
- MARCONI, A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. SP: Atlas, 1991.
- NICOLELIS, Miguel. **Muito além do nosso eu**: a nova neurociência que une cérebros e máquinas — e como ela pode mudar nossas vidas. / Miguel Nicolelis ; tradução do autor : revisão Giselda Laporta Nicolelis. — São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- PATRICIO, Eunice Peixoto. **Inteligência artificial generativa no Jornalismo**: as possibilidades de usos do ChatGPT nas rotinas produtivas. Orientador: Carvalho, Zulmira N. P. de. Trabalho de conclusão curso – Jornalismo, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2023. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/29408>>. Acesso em 12 abr. 2024.
- RIBEIRO, Vasco. **O peso do Press Release no processo de produção de notícias**. BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior - Covilhã – Portugal, 2014. Disponível em: <<https://www.bocc.ubi.pt/pag/ribeiro-vasco-2014-peso-do-press-release.pdf>>. Acesso em 12 abr. 2024.
- RUSSELL, Stuart; NORVIG, Peter. **Inteligência Artificial**. Tradução da 2a. edição; CAMPUS-Elsevier, 2004.
- VICARI, Rosa Maria. Influências das Tecnologias da Inteligência Artificial no ensino. In: **Inteligência Artificial** - Estud. av. 35 (101) - Jan-Apr 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/s0103-4014.2021.35101.006>>. Acesso em 12 abr. 2024.